

ソニーグループにおける生成AIの民主化と業務適応の取り組み



ソニーグループ株式会社
デジタル&テクノロジープラットフォーム
統合戦略部門
グループフェデレーテッドガバナンス部
統括部長

おおば まさひろ
大場 正博



ソニーグループ株式会社
デジタル&テクノロジープラットフォーム
統合戦略部門
グループフェデレーテッドガバナンス部
事業PF推進課
シニアアーキテクト

ひらの たいち
平野 太一

1. はじめに

生成AIの急速な発展により、企業におけるAI活用の在り方が大きく変化している。特に大規模言語モデル（LLM）の登場は、AIの利用を専門家だけでなく一般のビジネスユーザーにも広げる可能性を示した。本稿では、ソニーグループにおける生成AIの民主化と業務適応の取り組みについて、技術的側面と実際のユースケースを交えて紹介する。

2. ソニーグループの概要と生成AI戦略

2.1 ソニーグループの事業構成

ソニーグループは、ゲーム、音楽、映画、金融、半導体、エレクトロニクスの6つの事業を中心に展開しており、グループ全体で約13兆円の売上規模を有している。各ビジネスユニットは個性的かつ多様であり、「自由闊達」という企業文化の下、それぞれの自律性を重視している。

2.2 生成AIに関するビジョン

ソニーグループでは、「AI・テクノロジー・データの民主化により、ソニーグループ全社員を良き使い手にする」ことで『クリエイティビティと生産性の両立』を図る」というビジョンを掲げている。特に「クリエイティビティは人に宿るものであり、AIはクリエイティブをサポートするもの」と位置付け、生成AIを正しく活用することで、クリエイターとそれを支援する社員のクリエイティビティと生産性の双方を高めることを目指している。

2.3 AI民主化スタック

生成AIの民主化に向けて、ソニーグループでは「AI民主化スタック」を構築している。これは全社員が安心して生成AIを利用できるプラットフォームとガードレール、全社Globalでのイベント開催などを含む啓発コンテンツや最新情報の提供など、グループ全社に共通して必要となる基盤を

提供するものである。各スタックにKPIを設定し、グループ全体の生成AI民主化とビジネス適応の加速を進めている。



図1. AI Democratization Strategy

3. Enterprise LLM：生成AI活用の基盤

3.1 概要と特徴

生成AIの民主化の第一歩として、ソニーグループでは「Enterprise LLM」というチャット型のWebアプリケーションを全社員に提供している。これはAWSをメインとしたクラウドネイティブなオートスケール環境で構築され、グループ200社、40,000人のアクティブユーザーが利用している。（2025/4/1時点）

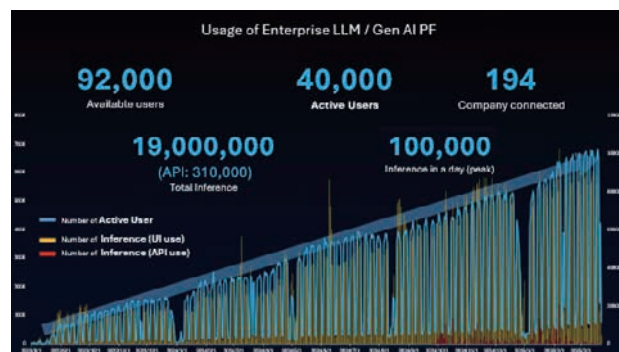


図2. Usage of Enterprise LLM / GenAI PF



図3. Enterprise LLM

Enterprise LLMの主な特徴は以下のとおりである。

- －セキュリティとガードレール：社内データを適切に活用するため、セキュリティ、データプライバシー、法務、AI倫理の各部門と連携し、体系的なセキュリティとルール・ガイドラインを整備
- －マルチクラウド対応：LLMの急速な進化に対応するため、AWS、Google Cloud、Microsoft Azureなど複数のクラウド環境と接続し、80を超えるLLMやtext-to-imageモデルを利用可能
- －ユースケース最適化：業務で使うための各種サポート機能を有し、よくあるユースケースに合わせて最適化されたAIタイプやプロンプト入力支援などを提供

3.2 利用状況と効果

Enterprise LLMは2023年8月から本格展開を開始し、日々10万件以上の生成リクエストをさばき、2025年4月時点で2000万回以上の推論が実行されている。大手クラウドプラットフォームからも他社と比較して活性度が高いアドバンストな状況と評価されている。

利用状況の把握のため、プライバシーに配慮しつつAI自身に入力プロンプトを自動的に分類・分析させることで、匿名性を保ったままリアルタイムに使われ方を把握できる環境を構築している。

3.3 主要ユースケースと生産性向上効果

ソニーグループにおける主要UseCaseとしては、以下が挙げられる。

1. レポート・Eメールの作成
2. 他言語間の翻訳
3. プログラム生成・コーディングサポート
4. 文章の要約・分析

5. アイデア発想・ブレインストーミング

これらのユースケースごとにAIによってリアルタイムに生産性向上効果を測定しており、例えば、「レポート・Eメールの作成」では1タスク当たり平均25分の時間削減効果があると算出されている。ソニーグループ全体で毎月約2.8万時間の削減効果があると試算している。

3.4 啓発活動の位置付けと意義

生成AIの民主化において、技術基盤の整備と並んで重要なのが組織的な啓発活動である。ソニーグループでは、「AI民主化スタック」の重要な柱として啓発プログラムを位置付け、エグゼクティブの強いエンドースメントとともに、全社的な取組みを展開している。啓発活動は単なる研修プログラムではなく、組織文化の変革と技術活用の促進を同時に達成するための戦略的施策として実行されている。

データによれば、約40,000人のコミュニティメンバーがWeb・Teamsを通じて啓発コンテンツにアクセスし、ハンズオンやコンサルテーションを伴うイベントへの参加者は10,000人に達している。この数字は、適切な啓発活動が技術普及の基盤となることを示す証拠と言える。

3.5 多層的な啓発プログラム構造

ソニーグループでの啓発活動は、以下のような多層的なアプローチで構成されている。

1. 定期的なイベント開催：年間60回以上トレーニングイベントを実施し、他社ベンダーも招いての「Gen AI Day」を6回開催
2. 専門家による知識共有：主要な業界イベントでの登壇（7回）を通じた知見の共有
3. 技術コンサルテーション：260回の技術相談を通じた実践的サポート
4. 継続的なエンゲージメント：登録後も毎月7,500人が新技術を体験し続ける仕組み

この構造は、初心者向けの基礎知識提供から専門的な応用まで、様々なレベルの学習ニーズに対応している点が特徴的である。

3.6 啓発活動の成果指標

啓発活動の効果は、以下の定量的指標によって測定されている。

- －生成AI活用の月間アクティブユーザー：8,000人
- －登録ユーザー総数：40,000人



ー技術支援チーム（CoE）への問合せ：600回

これらの指標は、啓発活動が単なる知識伝達を超えて、実際の技術活用に結びついていることを示している。特に注目すべきは、啓発プログラム参加者と実際のAI活用者数の相関関係であり、効果的な啓発が技術普及の加速因子となっていることが観察される。

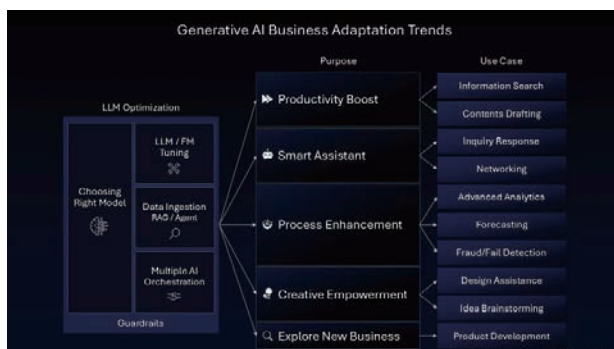
啓発活動は、生成AI民主化の触媒として機能し、技術基盤と実際の業務適応を結ぶ重要な架け橋となっている。この事実は、技術導入において組織的・文化的側面への投資が、技術的側面への投資と同等以上の重要性を持つことを示唆している。

4. ビジネス適応の取組み

4.1 PoC（実証実験）の状況

Enterprise LLMは体験のための環境であり、実際の業務適応のために柔軟にカスタマイズ可能なPoC環境を用意している。現在、230以上の部署でPoCを実施しており、そのうち80のPoCが完了し、35のPoCが既に実ビジネス利用の本番フェーズに移行している。

PoCの目的は多岐にわたり、Productivity Boost、Smart Assistant、Process Enhancement、Creative Empowerment、Explore New Businessなどがある。初期は情報検索やチャットボットなどの基本的なユースケースが中心だったが、社員のリテラシー向上や技術の進化により、AI活用を前提としたBPRや新規付加価値の創出などより高度なユースケースも増加している。



■図4. Generative AI Business Adaptation Trends

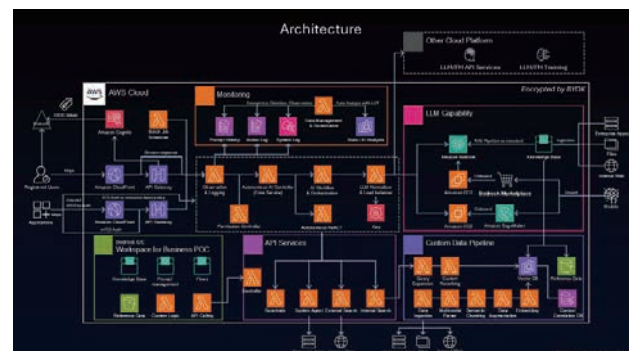
4.2 技術アーキテクチャ

ビジネス適応を支える技術アーキテクチャは、主に以下の3つのコンポーネントで構成されている。

1. LLM Capability：Amazon Bedrock、Azure OpenAI Service、Google Cloud Vertex AI等を活用し、マル

チクラウド、マルチLLMの環境とし、市場の良いLLMをベストオブブリードで活用ができるようにしている。また、市場で広く使われているモデルだけでなく、Fine-tuning用の小型モデルやタスク・業界特化型モデルもスケーラブルに活用

2. データパイプライン：生成AI活用の核となるデータ処理のための各種技術要素を整備
3. ビジネスPoCワークスペース：ビジネスユーザーが各ユースケースに合わせて簡単にカスタマイズできる環境をBedrock Studio等を活用して提供



■図5. Architecture

4.3 主要技術要素

生成AIの活用において重要な技術要素として、以下の3つが挙げられる。

1. Prompt Tuning：プロンプトの最適化によるモデル出力の制御
2. RAG (Retrieval-Augmented Generation)：外部知識の取り込みによる回答精度の向上
3. Model Tuning：特定タスク向けのモデル調整

データパイプラインにおいては、以下のような多様な技術要素を組み合わせている。

- ーデータソース連携：企業利用に必要なコネクタやWeb Crawler
- ーパーシングとチャンキング：マルチモーダルでのコンテキスト抽出やセマンティックな処理
- ーEmbedding：精度の高い埋め込みモデルの選定とFine-tuning
- ーグラフ構造を活用したRAG
- ー検索・生成の高度化：Query Extension、Fact Check、ハルシネーション抑制など

これらの技術要素は、コストと精度のバランスを考慮しながら、ユースケースに応じて適切に選択・組み合わせている。

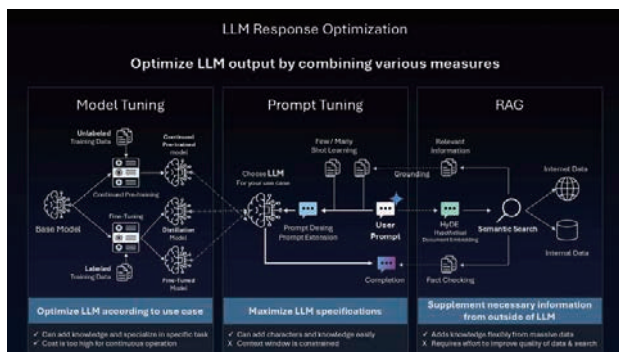


図6. LLM Response Optimization

5. 実際の適用事例

5.1 Enterprise LLM問合せ対応の高度化

Enterprise LLM自体の問合せ対応を生成AIで高度化した事例では、関連データをベクター DBに格納し、RAGを活用することで、問合せ対応や情報検索の精度を向上させている。このようなアプローチは複数のPoCで実施されており、ベストプラクティスも蓄積されている。

5.2 非構造化データの活用

Multimodal Understandingを活用することで、これまで解釈が困難だった複雑な表やグラフ、図解などを含むビジネスドキュメントのコンテキストを漏れなく抽出し、活用できるようになっている。今後のビジネス適応においては、マルチモーダル技術の活用が重要になると考えられる。

6. Agentic AIへの展開と将来戦略

6.1 Agentic AIの定義と特徴

ソニーグループでは、生成AIの次なる進化形として「Agentic AI」の導入を進めている。Agentic AIとは、従来の生成AIが単に入力プロンプトに回答するだけであるのに対し、複雑なタスクを完了するために一連のステップを計画し、自律的に実行できるAIを指す。

Agentic AIの主な特徴は以下の4つである。

1. 自律性 (Autonomous) : 継続的な人間の介入なしに機能できる能力
2. 計画能力 (Planning) : 目標達成のために独自の手順を考案できる能力
3. ツール活用 (Tool utilization) : 必要に応じて外部ツールやAPIを使用する能力
4. 記憶と自己改善 (Memory & Self-Improvement) : 実行結果を記憶し、データを基に自己改善する能力

これらの特徴により、Agentic AIは単なる応答型AIから、より能動的かつ自律的なAIへと進化し、より複雑なビジネスタスクの自動化や意思決定支援が可能となる。

6.2 AI駆動型企業への変革ビジョン

ソニーグループは「世界で最もクリエイティブな企業になるためのAI駆動型企業への変革」を進めている。これは、人間とAIエージェントが共存する世界における企業構造の中期的変革を意味する。

この変革は3つのレベルで進行する。

1. 個人レベル : 社員一人一人がAIを賢く活用
2. チーム/組織レベル : チームや部門がAIを活用した協働を実現
3. 企業構造レベル : AIとの共存を前提とした企業構造への変革

このビジョンの実現により、人間の創造性とAIの処理能力・効率性を最適に組み合わせた新たな企業モデルの構築を目指している。

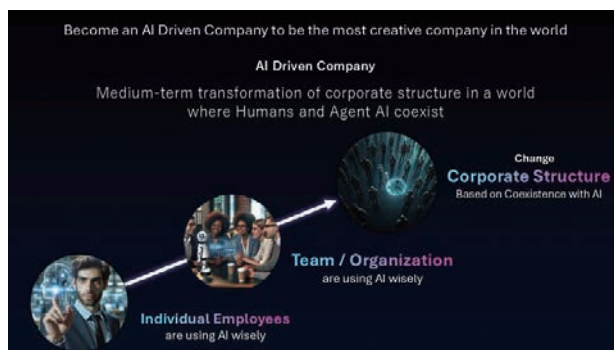


図7. Become an AI Driven Company to be the most creative company in the world

6.3 D&T PF Agentic AIプラットフォームの価値提案

ソニーグループのデジタル&テクノロジープラットフォーム (D&T PF) では、グループ全体でAgentic AIを活用するための包括的なプラットフォームを構築している。このプラットフォームの主な価値提案は以下のとおりである。

1. グループ全体での生成AI共有 : ビジネスユニット間の垣根を越えた生成AI技術の共有
2. ベンダーロックインのない柔軟性 : 最適なツールに接続できる柔軟性の確保
3. 多様なAIエージェントタイプの提供 :
- 共通エージェント : ソニー全体で共有される基本エージェント



- チームエージェント：ビジネスユニット間のチームで共有されるエージェント
 - 個人エージェント：個人用途に特化したエージェント
4. 多様なAI構築手法の提供：
- テラーメイド開発：SDK等を活用した高度なカスタマイズ
 - AI構築ツールの活用：Bedrock、Claude Studio等の既存ツールの活用
 - ノーコードAI設計：ELLM Agentsなどを活用した専門知識不要の開発環境

6.4 Agentic AI戦略の実装コンセプト

ソニーグループのAgentic AI戦略は、以下のコンセプトに基づいて実装を進めている。

1. Agentic AIの民主化とAI駆動型企業への変革推進：技術の広範な普及と組織変革の同時進行
2. マルチクラウド、マルチLLMコンセプトの拡張：多様なクラウドサービスとLLMの活用
3. 優れた社内外のAIエージェントを取り込むプロトコルの開発：エコシステムの構築
4. 優れた自社モデルやAI技術をスケールアップする受け皿：技術の拡張性確保
5. 多くのユースケースに対応できるテンプレートの強化：実用性の向上

これらのコンセプトにより、Agentic AIの技術的可能性を最大限に引き出しながら、ビジネス価値の創出を加速させることを目指している。

6.5 今後の展望と課題

Agentic AIの導入は、ソニーグループの生成AI民主化の次なるステップとして位置付けられている。今後の展望と課題としては以下が挙げられる。

1. 人間とAIの新たな協働モデルの確立：AIエージェントと人間の最適な役割分担の模索

2. 企業構造の変革に伴う組織的課題への対応：既存の業務プロセスや組織構造の再設計
3. 技術的課題の克服：自律性と安全性のバランス、複雑なタスクの理解と実行精度の向上
4. 倫理的・法的考慮事項：自律的に行動するAIの責任所在の明確化

ソニーグループでは、これらの課題に対して、技術開発と並行して、ガバナンス体制の整備や人材育成、組織文化の醸成にも取り組んでいる。Agentic AIの導入を通じて、「クリエイティビティと生産性の両立」というビジョンを更に高いレベルで実現し、真のAI駆動型企業への変革を目指している。

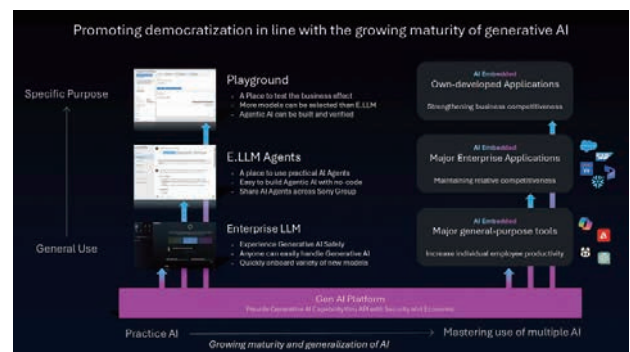


図8. Promoting democratization in line with the growing maturity of generative AI

7. おわりに

ソニーグループでは、生成AIの民主化と業務適応を通じて、クリエイティビティと生産性の両立を目指している。技術の急速な進化に伴い、活用できる領域も日々拡大しており、現在では数十以上のユースケースが生まれている。

今後も技術者とビジネスユーザーが共同で新たな可能性を探索できる環境を構築し、Amazon Bedrockをはじめとする生成AI関連ソリューションを最大限に活用しながら、生成AIの民主化を推進していく。